

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial yang dapat digunakan sebagai pertimbangan Sei Sapa Kana Seturan, Yogyakarta dan pelaku bisnis dalam industri *food & beverages* dalam mengembangkan usahanya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. dalam bab ini juga akan dijabarkan beberapa keterbatasan dan saran guna pengembangan penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dijelaskan kesimpulan mengenai topik yang telah diangkat dalam penelitian ini yaitu analisis pengaruh persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan di Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta. Adapun variabel yang terpilih dalam penelitian ini adalah variabel persepsi harga, kualitas produk, kualitas layanan, kualitas lingkungan fisik, kepuasan pelanggan, loyalitas dan kebahagiaan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara setiap variabel serta hubungan-hubungan mediasi yang terjadi antara variabel satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh responden sebanyak 126 orang responden. Dari jumlah responden tersebut ditemukan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin pria 67 orang dan sisanya sebanyak 59 orang merupakan responden berjenis kelamin wanita.

Usia responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia 20-25 sebanyak 126 orang. Berdasarkan rata-rata pendapatan/ uang saku responden didominasi oleh responden yang memiliki rata-rata pendapatan/ uang saku sejumlah Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 dengan status saat ini yang didominasi oleh responden dengan stratus Pendidikan terakhir SMA/ SMK/ SLTA sebanyak 71 orang responden. Berdasarkan jumlah kunjungan ke Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta hasil didominasi oleh responden yang mengunjungi Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta sebanyak 1 – 2 kali sejumlah 87 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik di Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta dirasa baik maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta. Diketahui juga bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh langsung secara positif terhadap kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik yang dirasa bahwa Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta berhasil memberikan harga yang sesuai dengan apa yang diterima oleh para pelanggan. Variabel kepuasan juga memiliki pengaruh langsung secara positif terhadap loyalitas pelanggan dan kebahagiaan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan yang baik dapat menumbuhkan rasa loyal dan bahagia dalam diri konsumen. Sedangkan variabel kebahagiaan juga memiliki

pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kebahagiaan pelanggan yang tercipta dikarenakan kepuasan yang pelanggan dapatkan menjadi faktor pendorong bagi para pelanggan untuk memiliki rasa loyal terhadap merek.

Selain itu, ditemukan juga bahwa variabel kebahagiaan pelanggan berhasil memediasi hubungan antara variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan fokus bagaimana persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan, lingkungan fisik, mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam memunculkan sikap loyal dan kebahagiaan pelanggan di Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta maupun pihak lain yang berada dalam industri *food & beverages*. Adapun implikasi manajerial dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut:

1. Karena persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik ditemukan memiliki efek terhadap kepuasan pelanggan maka diharapkan sebagaimana mungkin Sei Sapi Kana Seturan, Yogyakarta selalu memperhatikan kesesuaian harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kebersihan lingkungannya agar tetap memunculkan rasa kepuasan dari para pelanggan. Selain itu, perilaku mengabadikan pengalaman makan dan minum melalui foto juga dapat menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis untuk memperhatikan bagaimana cara menyajikan makanan dan minuman serta

tampilan fisik mereka agar semenarik dan sebersih mungkin yang dapat mendorong meningkatnya kepuasan konsumen.

2. Karena ditemukan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik maka diharapkan Sei Sapi Kana Seturan dan pelaku bisnis kuliner lainnya dapat memperhatikan kualitas makanan yang enak dan segar serta selalu memberikan pelatihan dan pengarahan yang baik kepada para pegawai dalam melayani pelanggan tidak lupa selalu memperhatikan lingkungan agar tetap bersih dan menggunakan pencahayaan yang nyaman agar tetap bisa menjadi daya tarik bagi calon pelanggan.
3. Karena kepuasan pelanggan ditemukan dapat memunculkan rasa loyal dan bahagia dari pelanggan maka diharapkan agar Sei Sapi Kana Seturan tetap memperhatikan dengan betul apa saja yang dapat memunculkan kepuasan pelanggan seperti kualitas makanan dan harga yang terjangkau agar dapat memunculkan/ menimbulkan rasa loyal dan kebahagiaan dari pelanggan yang menggunakan produknya.
4. Karena kebahagiaan ditemukan dapat memediasi hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan maka diharapkan pihak Sei Sapi Kana Seturan dan pelaku bisnis kuliner lainnya dapat melakukan pengamatan atau survey mengenai apa saja yang dapat selalu menimbulkan rasa bahagia pelanggan dalam mengkonsumsi produk mereka agar memunculkan rasa puas

dan bahagia secara bersamaan untuk memunculkan rasa loyal dalam diri pelanggan.

5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan yang tentunya mempengaruhi hasil akhir dari penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini dirasa terdapat kekurangan akan acuan yang dapat digunakan dalam mengembangkan penelitian ini baik melalui data statistik, buku maupun jurnal-jurnal terkait. Sehingga terdapat beberapa variabel ataupun *key point* yang memiliki penjelasan terbatas.
2. Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner *online*. Sehingga, tidak sedikit data yang diterima tidak memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Selain itu, unsur repetisi atau pengisian ulang oleh responden juga tidak dapat dipastikan dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner *online* ini.
3. Beberapa variabel memiliki persentase pengaruh yang lemah terhadap variabel lainnya.
4. Dalam penelitian ini juga tidak melakukan uji perbedaan atas persepsi harga, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik berdasarkan jenis kelamin, usida dan rata-rata pendapatan/ uang saku.

Berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengumpulkan sumber-sumber acuan yang lebih luas dan banyak guna memperjelas dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan.
2. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian yang lebih detail dalam pengumpulan data, melalui kuesioner *offline* yang dilakukan di lokasi terkait guna mengurangi unsur repetisi data yang diperoleh.
3. Dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel-variabel lainnya yang memiliki tahun terbaru.
4. Diharapkan juga peneliti selanjutnya dapat mengumpulkan dan mencakup data yang lebih luas sehingga mampu melakukan uji beda terhadap beberapa karakteristik responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D.; Hamir, N.; Nor, N.M.; Krishnaswamy, J.; Rostum, A.M.M (2018). *Food quality, service quality, price fairness and restaurant re-patronage intention: The mediating role of customer satisfaction. Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.* 2018, 8, 211–226.
- Alexander, M.W (2010). *Customer delight: A review. Acad. Mark. Stud. J.* 2010, 14, 39.
- Al-Msallam, S (2015). *Customer satisfaction and brand loyalty in the hotel industry. Int. J. Manag. Sci. Bus. Res.* 2015, 4, 232–251.
- Altamore, L.; Ingrassia, M.; Chironi, S.; Columba, P.; Sortino, G.; Vukadin, A.; Bacarella, S (2018). *Pasta experience: Eating with the five senses-A pilot study. AIMS Agric. Food* 2018, 3, 493–520.
- Anderson, E.W.; Sullivan, M.W (1993). *The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. Mark. Sci.* 1993, 12, 125–143.
- Bintarti, Surya and Kurniawan, Ergo Nurpatria. (2017) *A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Beting Tourisma Site in Bekasi District 2A, s.l.: European Research Studies Journal, 2017, Vol. XX. 521-537.*
- Booms, B.H.; Bitner, M.J (1982). *Marketing services by managing the environment. Cornell Hotel Restaur. Adm. Q.* 1982, 23, 35–40.
- Bowen, J.T.; Chen, S.L (2001). *The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. Int. J. Contemp.Hosp. Manag.* 2001, 13, 213–217.
- Brunner, T.A.; Stöcklin, M.; Opwis, K (2008). *Satisfaction, image and loyalty: New versus experienced customers. Eur. J. Mark.* 2008, 42, 1095–1105.
- Gagić, S.; Tešanović, D.; Jovičić, A (2013). *The vital components of restaurant quality that affect guest satisfaction. Turizam* 2013, 17, 166–176.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. s.l.: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011. 979.704.015.1.*
- Ghozali, Imam (2018). *Structural Equation Modelling. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008.*

Gong, T.; Yi, Y (2018). *The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. Psychol. Mark.* 2018, 35, 427–442.

Hanaysha (2016). *J. Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. J. Asian Bus. Strategy* 2016, 6, 31–40.

Khadka, K.; Maharjan, S (2017). *Customer satisfaction and customer loyalty. Master's Thesis, Centria University of Applied Sciences, Business Management, Lahti, Finland, 2017.*

Kotler, P.; Armstrong, G (2010). *Principles of Marketing; Pearson Education: Harlow, UK, 2010.*

Lee, C.W.; Lee, S.H (2013). *The relation among consumption values of luxury brands, brand identification brand attachment, consumer happiness and self-construal. J. Distrib. Manag. Res.* 2013.

Lim, H (2010). *Understanding American Customer Perceptions on Japanese Food and Services in the US. Master's Thesis, University of Nevada, Las Vegas, NV, USA, 2010.*

Oliver, R.L (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. J. Mark. Res.* 1980, 17, 460–469.

Omar, M.S.; Ariffin, H.F.; Ahmad, R (2016). *Service quality, customers' satisfaction and the moderating effects of gender: A study of Arabic restaurants. Procedia-Soc. Behav. Sci.* 2016, 224, 384–392.

Pérez-Villarreal, H.H.; Martínez-Ruiz, M.P.; Izquierdo-Yusta, A (2019). *Testing Model of Purchase Intention for Fast Food in Mexico: How do Consumers React to Food Values, Positive Anticipated Emotions, Attitude toward the Brand, and Attitude toward Eating Hamburgers? Foods* 2019, 8, 369.

Rothenberger (2015). *S. Fairness through transparency: The influence of price transparency on consumer perceptions of price fairness. Work. Pap. CEB* 2015, 15, 1–37.

Ryu, K.; Han, H (2010). *Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. J. Hosp. Tour. Res.*

Ryu, K.; Lee, H.R.; Kim, W.G (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*

Shoemaker, S.; Dawson, M.; Johnson, W (2005). *How to increase menu prices without alienating your customers. Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2005, 17, 553–568.

Shrum, L.; Lowrey, T.M.; Pandelaere, M.; Ruvio, A.A.; Gentina, E.; Furchheim, P.; Herbert, M.; Hudders, L.; Lens, I.; Mandel, N (2014). *Materialism: The good, the bad, and the ugly*. *J. Mark. Manag.* 2014, 30, 1858–1881.

Sweeney, J.C.; Danaher, T.S.; McColl-Kennedy, J.R (2015). *Customer effort in value cocreation activities: Improving quality of life and behavioral intentions of health care customers*. *J. Serv. Res.* 2015, 18, 318–335.

Yi, S.; Zhao, J.; Joung, H.-W (2018). *Influence of price and brand image on restaurant customers' restaurant selection attribute*. *J. Foodserv. Bus. Res.* 2018, 21, 200–217.

Zhao, J.; Huddleston, P (2012). *Antecedents of specialty food store loyalty*. *Int. Rev. Retail Distrib. Consum. Res.* 2012, 22, 171–187.

Zhuang, K.; Jiang, Y (2016). *An analysis of the development of the Chinese fast food industry*. *J. Asian Bus. Strategy*

LAMPIRAN 1

Kuesioner

Jenis Kelamin:

- a. Laki – laki
- b. Perempuan

Usia: ____

Pendidikan terakhir: _____

Berapa kali anda memiliki pengalaman makan di Sei Sapi Kana Seturan?

- a. 1-3 kali dalam 1 bulan
- b. 4-5 kali dalam 1 bulan
- c. 1-3 kali dalam 3 bulan
- d. Lebih dari 3 kali dalam 3 bulan

Jumlah uang saku/ penghasilan rata-rata setiap bulannya:

- a. < 1.000.000
- b. 1.000.000 – 2.000.000
- c. 2.000.001 – 3.000.000
- d. > 3.000.000

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Seluruh pertanyaan merupakan asumsi diluar pandemic COVID-19

Variabel Persepsi Harga

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga makanan dari Sei Sapi Kana masuk akal					
2	Harga sesuai dengan makanannya					
3	Harga makanan terjangkau					

Varibel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Aroma makanan yang disajikan menggugah selera					
2	Rasa makanan yang disajikan enak					
3	Makanan yang disajikan memiliki tingkat kesegaran yang baik					
4	Makanan yang disajikan memiliki penampilan yang menarik					

Variabel Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan yang bersahabat					
2	Karyawan sangat membantu					
3	Karyawan bekerja dengan cepat dan tepat					
4	Saya merasa nyaman dengan pelayanan dari karyawan					

Variabel Kualitas Lingkungan Fisik

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Lingkungan restoran bersih					
2	Pencahayaan di restoran nyaman					
3	Suhu di restoran nyaman					

Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya puas dengan semua yang disajikan restoran					
2	Keputusan saya berkunjung ke restoran ini sangat tepat					
3	Ekspektasi saya terhadap restoran memiliki kesamaan					

Variabel Loyalitas

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan datang kembali ke restoran suatu saat nanti					
2	Saya akan merekomendasikan restoran ini kepada kerabat dan kenalan saya					
3	Saya akan mengatakan hal positif tentang restoran ini kepada kerabat dan kenalan saya					

Variabel Kebahagiaan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa mengunjungi restoran ini dapat menimbulkan rasa senang pada diri saya					
2	Dengan mengunjungi restoran ini saya merasa bahwa kualitas hidup saya meningkat					
3	Saya merasa bahwa restoran ini memberikan pengalaman menyenangkan dalam menikmati hidangan bersama keluarga atau teman saya dan saya menikmatinya					

LAMPIRAN 2

Kuesioner Asli

Perceived Price (PP)	
Pernyataan	Sumber
The price of the fast food is reasonable	
Based on the food, the price here is fair	
The price of the fast food is affordable	
Food Quality (FQ)	
The food smells good	
The food is delicious	
The food is fresh	
The food looks attractive to me	
Service Quality (SQ)	
Staff members are friendly	
Staff members are very helpful	
Staff members serve quickly and promptly	
I feel comfortable with staff member's service	

Physical Environment Quality (PQ)	
The restaurant environment is clean	
The lightning in the restaurant is comfortable	
The temperature in the restaurant is comfortable	
Satisfaction (SA)	
The overall experience of this fast-food restaurant is satisfying	
I think my decision to visit this restaurant was a wise one	
The restaurant meets most of my expectations	
Loyalty (L)	
I will continue to visit this restaurant	
I will recommend this restaurant to others	
I will say positive things about this restaurant to others	
Happiness (HA)	
I think visiting this fast-food restaurant will contribute to customer happiness	
By visiting this restaurant, customer's quality of life will be improved	

<p>This restaurant provides a happy and enjoyable dining experience for my family and friends</p>	
---	--

LAMPIRAN 3

Data Responden dan Jawaban

Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Uang saku per bulan	Jumlah Kunjungan
Pria	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	21	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	23	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	23	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	19	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	23	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	21	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	21	SMA	< Rp 1.000.000	>5
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	22	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2

Wanita	22	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	23	SMK	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	19	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	19	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	21	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	21	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	22	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	> Rp 3.000.000	3-4

Pria	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Pria	23	S1	> Rp 3.000.000	>5
Pria	21	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	>5
Pria	23	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	22	SLTA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	>5
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Pria	23	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	21	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	21	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	> Rp 3.000.000	3-4
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	22	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	> Rp 3.000.000	>5
Pria	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	22	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2

Pria	21	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	24	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	> Rp 3.000.000	3-4
Wanita	21	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	21	SMA	< Rp 1.000.000	3-4
Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	21	SMK	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	21	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	23	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	22	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	> Rp 3.000.000	1-2
Wanita	23	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	23	S1	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	23	D3	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	D3	> Rp 3.000.000	1-2
Pria	24	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Pria	24	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	19	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	21	SMK	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4

Wanita	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	22	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	20	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Pria	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	20	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	19	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	20	SMA	< Rp 1.000.000	3-4
Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	19	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Pria	21	S1	< Rp 1.000.000	3-4
Wanita	21	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	22	S1	> Rp 3.000.000	1-2
Wanita	20	SMA	< Rp 1.000.000	1-2
Wanita	23	S1	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	21	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	1-2
Wanita	22	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	20	SMK	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	22	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4
Pria	19	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Wanita	20	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Wanita	22	S1	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1-2
Pria	22	SMK	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
Pria	19	SMA	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-4

Wanita	20	SMA	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-4
--------	----	-----	-----------------------------	-----

P P1	P P2	P P3	F Q 1	F Q 2	F Q 3	F Q 4	S Q 1	S Q 2	S Q 3	S Q 4	P Q 2	P Q 3	P Q 4	S A 1	S A 2	S A 3	L Y1	L Y2	L Y3	H A1	H A2	H A3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
4	3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	1	4
5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	3	3
4	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4
4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4
4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	2	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	3	4	5	5	3	2	3

4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	
3	4	2	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	
3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	
4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	
4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	3	5	3	4	5	4	3	5	5
4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	5	2	4	4	2	2	3	4	4	2	4	3	4	4	5	4	2	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
2	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4
4	4	3	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	3	4	5	4	3	5	4	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4
3	3	3	5	4	5	5	4	3	3	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	3
2	2	2	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3
3	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4
4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	2	4
3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4

3	4	2	4	4	4	3	4		3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	5	5	5	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	3	5	5	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4		4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	5	4	4	5	4		4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	4	4	3	4		4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	5	5	5	4	4		4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	5	4	4	4	3		4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	3		4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	2	3	5	5	5	5	4		5	4	4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2
4	4	4	5	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3

5	5	5	5	5	5	5	4		3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	3		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4		3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	3	3

4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4		4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3

LAMPIRAN 4

SPSS

Uji Reliabilitas

1. Variabel Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PP1	7.7381	2.595	.818	.679	.816
PP2	7.6270	2.540	.794	.652	.832
PP3	7.9524	2.302	.750	.564	.880

2. Variabel Kualitas Makanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.806	.808	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FQ1	12.5952	3.139	.602	.387	.768
FQ2	12.6111	3.280	.650	.461	.746
FQ3	12.8016	3.088	.629	.448	.754
FQ4	12.8730	3.232	.612	.392	.762

3. Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.869	.870	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SQ1	12.0635	3.164	.717	.596	.835
SQ2	11.9841	3.104	.688	.482	.846
SQ3	12.0317	3.023	.695	.498	.845
SQ4	11.9444	3.013	.792	.667	.805

4. Variabel Lingkungan Fisik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.791	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PQ2	7.7540	2.123	.630	.429	.711
PQ3	7.8968	1.885	.685	.483	.645
PQ4	8.0794	1.834	.576	.337	.776

5. Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.824	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SA1	7.9762	1.719	.677	.482	.763

SA2	8.0476	1.390	.739	.553	.694
SA3	8.0556	1.637	.632	.406	.803

6. Variabel Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.886	.886	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LY1	8.4365	2.088	.749	.561	.863
LY2	8.5159	2.076	.791	.631	.827
LY3	8.4127	2.052	.794	.636	.824

7. Variabel Kebahagiaan

Reliability Statistics

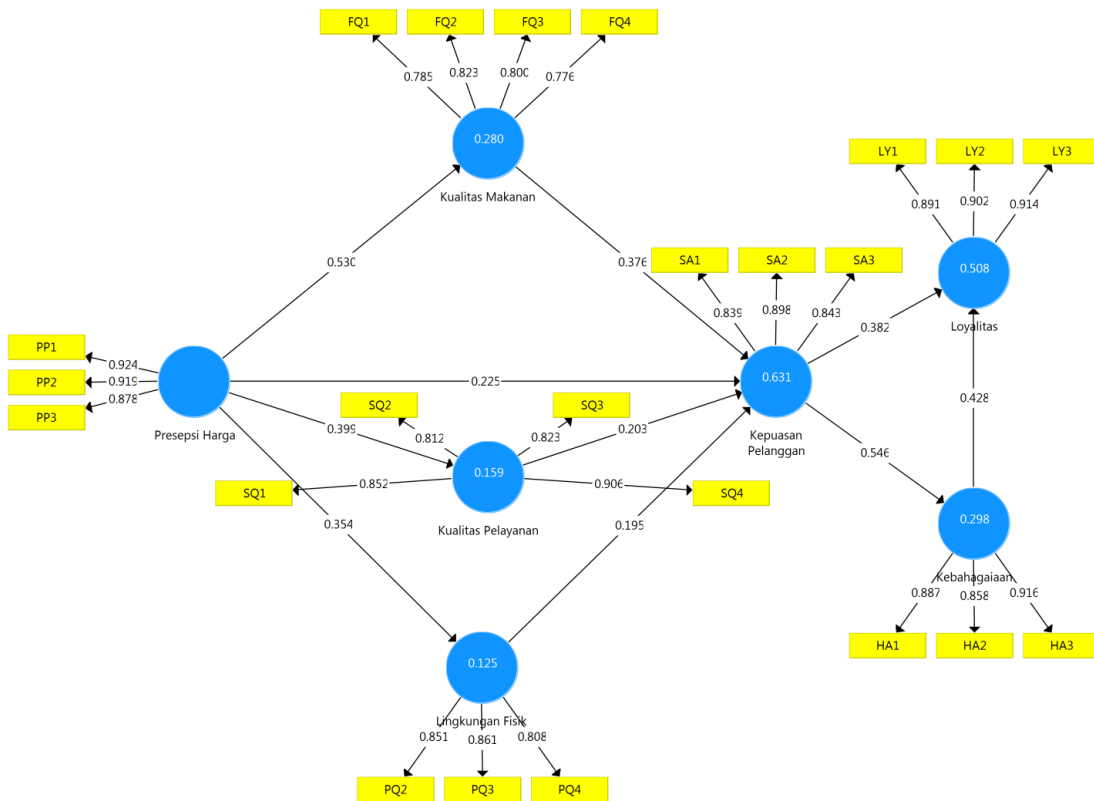
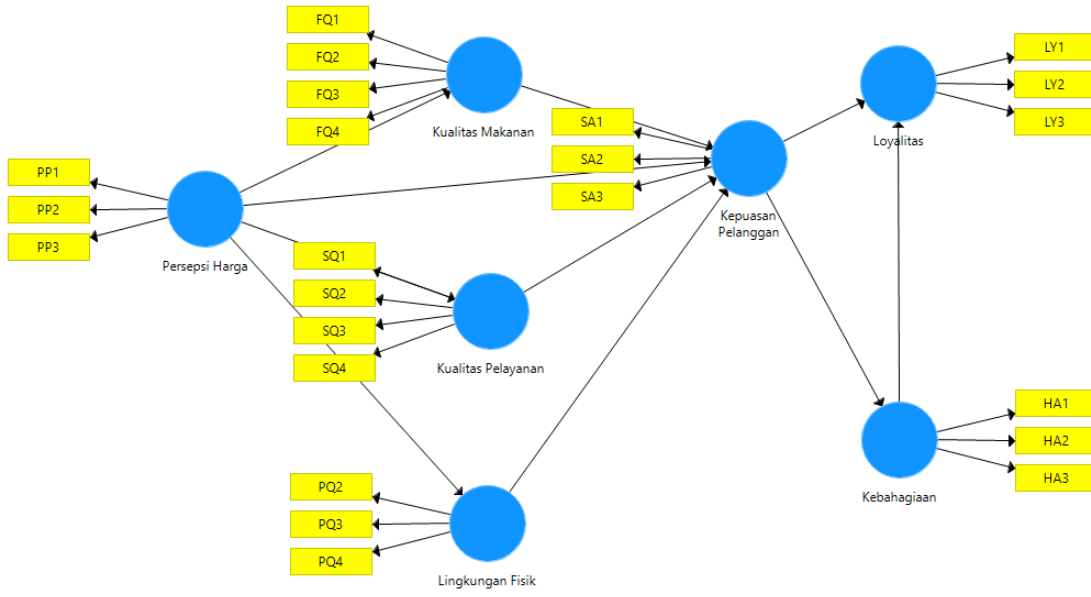
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.861	.865	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HA1	7.4048	2.755	.726	.550	.816
HA2	7.8333	2.412	.711	.516	.839
HA3	7.4603	2.666	.786	.621	.763

LAMPIRAN 5

PLS



Cronbach's Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Kebahagaiaan	0.865	0.873	0.917	0.787
Kepuasan Pelanggan	0.824	0.833	0.895	0.740
Kualitas Makanan	0.808	0.810	0.874	0.634
Kualitas Pelayanan	0.870	0.883	0.911	0.721
Lingkungan Fisik	0.791	0.793	0.878	0.706
Loyalitas	0.886	0.889	0.929	0.814
Presepsi Harga	0.893	0.899	0.933	0.823

Fornell-Lacker Criterion

	Kebahagaiaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Makanan	Kualitas Pelayanan	Lingkungan Fisik	Loyalitas	Presepsi Harga
Kebahagaiaan	0.887						
Kepuasan Pelanggan	0.546	0.860					
Kualitas Makanan	0.496	0.702	0.796				
Kualitas Pelayanan	0.544	0.626	0.583	0.849			
Lingkungan Fisik	0.675	0.565	0.455	0.586	0.840		
Loyalitas	0.636	0.616	0.573	0.521	0.474	0.902	
Presepsi Harga	0.499	0.574	0.530	0.399	0.354	0.647	0.907

Cross Loading

	Kebahagaiaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Makanan	Kualitas Pelayanan	Lingkungan Fisik	Loyalitas	Presepsi Harga
FQ1	0.399	0.599	0.785	0.467	0.376	0.454	0.391
FQ2	0.429	0.613	0.823	0.491	0.320	0.555	0.442
FQ3	0.410	0.523	0.800	0.449	0.376	0.430	0.426
FQ4	0.340	0.493	0.776	0.445	0.382	0.372	0.428
HA1	0.887	0.512	0.532	0.521	0.662	0.566	0.445
HA2	0.858	0.451	0.361	0.429	0.539	0.487	0.434
HA3	0.916	0.488	0.421	0.494	0.591	0.631	0.451
LY1	0.577	0.575	0.517	0.441	0.464	0.891	0.586
LY2	0.540	0.510	0.455	0.444	0.345	0.902	0.526
LY3	0.602	0.578	0.571	0.521	0.467	0.914	0.632

PP1	0.380	0.512	0.525	0.356	0.306	0.544	0.924
PP2	0.533	0.537	0.502	0.416	0.354	0.658	0.919
PP3	0.442	0.515	0.407	0.306	0.300	0.552	0.878
PQ2	0.569	0.513	0.422	0.497	0.851	0.434	0.298
PQ3	0.560	0.415	0.383	0.452	0.861	0.387	0.324
PQ4	0.571	0.488	0.339	0.525	0.808	0.371	0.271
SA1	0.377	0.839	0.600	0.580	0.471	0.431	0.339
SA2	0.541	0.898	0.620	0.561	0.517	0.555	0.539
SA3	0.477	0.843	0.593	0.482	0.468	0.589	0.580
SQ1	0.455	0.545	0.445	0.852	0.515	0.433	0.288
SQ2	0.384	0.469	0.463	0.812	0.429	0.406	0.305
SQ3	0.482	0.492	0.501	0.823	0.535	0.443	0.331
SQ4	0.516	0.606	0.560	0.906	0.511	0.482	0.416

R-Square

	R Square	Adjusted R Square
Kebahagaiaan	0.298	0.293
Kepuasan Pelanggan	0.631	0.618
Kualitas Makanan	0.280	0.275
Kualitas Pelayanan	0.159	0.152
Lingkungan Fisik	0.125	0.118
Loyalitas	0.508	0.500

F-Square

	Kebahagaiaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Makanan	Kualitas Pelayanan	Lingkungan Fisik	Loyalitas	Presepsi Harga
Kebahagaiaan						0.261	
Kepuasan Pelanggan	0.425					0.208	
Kualitas Makanan		0.210					
Kualitas Pelayanan		0.059					
Lingkungan Fisik		0.065					
Loyalitas							
Presepsi Harga		0.096	0.390	0.189	0.143		

Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Kebahagaiaan	378.000	291.038	0.230
Kepuasan Pelanggan	378.000	209.894	0.445
Kualitas Makanan	504.000	417.115	0.172
Kualitas Pelayanan	504.000	449.606	0.108
Lingkungan Fisik	378.000	346.994	0.082
Loyalitas	378.000	225.998	0.402
Presepsi Harga	378.000	378.000	

Path Coefficient

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kebahagaiaan -> Loyalitas	0.428	0.437	0.124	3.443	0.001
Kepuasan Pelanggan -> Kebahagaiaan	0.546	0.544	0.083	6.547	0.000
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas	0.382	0.371	0.116	3.289	0.001
Kualitas Makanan -> Kepuasan Pelanggan	0.376	0.374	0.132	2.845	0.005
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0.203	0.209	0.099	2.044	0.041
Lingkungan Fisik -> Kepuasan Pelanggan	0.195	0.194	0.078	2.502	0.013
Presepsi Harga -> Kepuasan Pelanggan	0.225	0.224	0.084	2.691	0.007
Presepsi Harga -> Kualitas Makanan	0.530	0.529	0.073	7.254	0.000
Presepsi Harga -> Kualitas Pelayanan	0.399	0.400	0.085	4.700	0.000
Presepsi Harga -> Lingkungan Fisik	0.354	0.360	0.095	3.726	0.000

Total Effect

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kebahagaiaan -> Loyalitas	0.428	0.437	0.124	3.443	0.001
Kepuasan Pelanggan -> Kebahagaiaan	0.546	0.544	0.083	6.547	0.000
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas	0.382	0.371	0.116	3.289	0.001

Spesific Indirect Effect

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan -> Kebahagaiaan -> Loyalitas	0.234	0.239	0.078	2.980	0.003

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	67	53.2	53.2	53.2
Valid Wanita	59	46.8	46.8	100.0
Total	126	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<=20 tahun	31	24.6	24.6	24.6
Valid 21-25 tahun	95	75.4	75.4	100.0
Total	126	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA Sederajat	71	56.3	56.3	56.3
Diploma	2	1.6	1.6	57.9
Sarjana	53	42.1	42.1	100.0
Total	126	100.0	100.0	

Rata-rata uang saku per bulan / pendapatan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 1.000.000	22	17.5	17.5	17.5
Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	61	48.4	48.4	65.9
Valid Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	30	23.8	23.8	89.7
> Rp 3.000.000	13	10.3	10.3	100.0
Total	126	100.0	100.0	

Berapa kali Anda berkunjung ke Sei Sapi Kana Seturan selama pandemi

Covid-19 (3bulan)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-2 kali	87	69.0	69.0	69.0
Valid 3-4 kali	34	27.0	27.0	96.0
>5 kali	5	4.0	4.0	100.0
Total	126	100.0	100.0	